

Зробити висновки щодо тенденції розвитку туристського підприємства, надавши оцінку динаміки загального обсягу і зміни структури наданих послуг. Визначити резерви збільшення обсягів реалізації туристських послуг. Сформулювати пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності туристського підприємства, запропонувати можливі заходи, спрямовані на збільшення обсягів реалізації туристських послуг.

1. Доля В.Т. Экономический анализ: теория и практические методики. – К.: Кондор, 2003. – 208 с.

2. Костюк В.О. Техніко-економічний аналіз діяльності підприємств міського господарства. – Харків: ХДАМГ, 2002. – 162 с.

3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства. – К.: Знання, 2005. – 662 с.

4. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 128 с.

Отримано 18.04.2008

УДК 339.13

В.В.ПЕТРОВА, Л.В.ЩЕРБИНА, канд. екон. наук
Харківська національна академія міського господарства

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ТИПУ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Розглядається особливість конкурентоспроможності в галузі санаторно-курортного туризму, а саме – формування конкурентних переваг та проблеми і перспективи розвитку санаторно-курортного комплексу Харківського регіону.

В умовах розбудови української держави туризм став важливим видом господарювання та надходження значних коштів до державного бюджету. Завдяки своєму розвитку санаторно-курортний туризм визнається як пріоритетна галузь економіки України, та має вагоме значення на регіональному рівні. Харківський регіон – є стратегічно важливим для розвитку даного виду туризму та створення курортів державного та міжнародного значення. Санаторно-курортному сектору Харківщини характерні найбільші конкурентні переваги (вдале географічне положення, чисельна кількість мінеральних джерел, популяризація рекреації серед громадян та гостей регіону) серед інших видів туризму в регіоні, що робить його продукт потенційно конкурентоспроможним.

Актуальними стають дослідження конкуренції та конкурентоспроможності в сфері санаторно-курортного туризму, оскільки через специфіку даної галузі, вивчення конкурентоспроможності та поведінки підприємств в умовах конкурентного середовища набагато відріз-

няються від класичної моделі конкуренції.

Метою даної статті є визначення особливостей конкуренції в санаторно-курортній галузі, виявлення проблем та шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного типу в Харківському регіоні.

Конкуренція, як економічне явище, виникло з встановленням торговельних відносин, але в той час питання пов'язані з конкуренцією розвивалися недостатньо. Свою повноцінність конкуренція здобула з появою вільних ринкових відносин. У цей же час з'явилися найбільш цілісні теоретичні положення про рушійні сили конкурентної боротьби [1]. Конкуренцію у секторі санаторно-курортного туризму почали досліджувати під час бурхливого розвитку туризму в середині 1990-х років, коли туризм був названий феноменом XX століття. Окремі аспекти конкурентоспроможності санаторно-курортних закладів, рекреаційно-туристських комплексів, туристської сфери взагалі досліджували вітчизняні та російські науковці Н.Верхоглядова, С.Гаврилюк, В.Ф.Москаленко, І.І.Ополченев, І.О.Сидоренко [1-5] та ін.

Поняття конкуренції настільки багатозначне, що воно не охоплюється яким-небудь універсальним визначенням. Це і спосіб господарювання, і такий спосіб існування капіталу, коли один капітал протистоїть іншому. Крім того, конкуренція виступає в ролі регулятора суспільного виробництва.

У даному дослідженні конкуренція розуміється як форма взаємного суперництва суб'єктів ринку між собою, і яка є інструментом у попередженні та усуненні монополії.

Одним із головних завдань на шляху побудови в Україні ефективної економічної системи є вирішення питань забезпечення вітчизняного ринку високоякісними й конкурентоспроможними послугами санаторно-курортного комплексу.

Особливість конкуренції в санаторно-курортному секторі полягає в тому, що продукт, який пропонується клієнтам, є набором різноманітних послуг, які повинні задовольнити вибагливі очікування клієнтів. Звідси виходить те, що іншого значення набуває поняття конкурентоспроможності санаторно-курортних підприємств. У сучасній літературі конкурентоспроможність санаторно-курортної галузі визначається як рівень цінності послуг, який пропонують рекреаційні заклади споживачам [4].

На конкурентоспроможність підприємств санаторно-курортного типу і галузі в цілому впливають такі фактори, як наука, технологія, капітал, інфраструктура, інформація, кадровий потенціал та менеджмент. У сучасних умовах високий рівень конкурентоспроможності са-

наторно-курортних підприємств, їхніх послуг, залежить від високого рівня конкурентоспроможності персоналу, особливо керівників, професіоналів і фахівців.

Ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності будь-якої галузі є наявність конкурентних переваг.

У санаторно-курортному секторі особливими стають конкурентні переваги, якими підприємства прагнуть володіти. Пропонується об'єднати конкурентні переваги в санаторно-курортному секторі у п'ять груп:

1) ресурсні, які пов'язані з цінovими характеристиками послуг, що надаються, та які формують ступінь споживчого ефекту з урахуванням природних, трудових і фінансових можливостей регіону;

2) технологічні, що обумовлені наявністю та експлуатацією технологій, які забезпечують покращення сервісу та підвищують споживчий ефект;

3) інноваційні, які формуються за рахунок результатів науково-дослідницьких інститутів;

4) глобальні конкурентні переваги виробників послуг, які пов'язані з формуванням стандартів господарської діяльності та їх реалізацією;

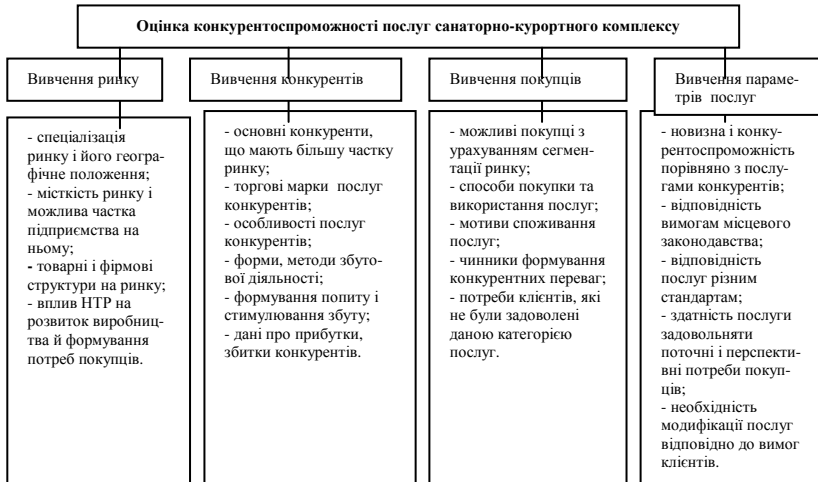
5) культурні конкурентні переваги виробників послуг, які зумовлені унікальністю регіону.

Вивчення особливостей закладів санаторно-курортного типу з точки зору конкуренції передбачає визначення різних факторів формування конкурентоспроможності. Оскільки головний продукт в санаторно-курортному туризмі – це послуги, що надаються, то доцільно визначити економічні фактори формування конкурентоспроможності послуг, які зображені на рисунку.

З рисунка видно, що на формування конкурентоспроможності послуг санаторно-курортного туризму впливають такі фактори, як структура ринку, конкуренти, споживачі, особливості послуг.

Для більш детального розуміння конкурентоспроможності санаторно-курортного туризму, доцільно розглянути її на регіональному рівні на прикладі Харківської області.

Сприятливі природні умови Харківського регіону зумовили формування та розвиток багатьох санаторно-курортних здравниць. Мережа санаторних закладів Харківського регіону представлена 95 об'єктами. Загальна місткість закладів курортного лікування складає близько 13205 тис. місць. Кількість дитячих оздоровчих закладів, які розташовані в регіоні становить 1430.



Фактори формування конкурентоспроможності послуг санаторно-курортного туризму

Протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення кількості закладів санаторно-курортного відпочинку в регіоні. Але, незважаючи на це, чисельність клієнтів закладів санаторно-курортного типу в Харківському регіоні скорочується. Так, у 2005 р. санаторіями області було обслуговано 66,5 тис. чол., а за даними 2006 р. даний показник склав лише 56,2 тис. чол., кількість людино-днів скоротилася з 1150 тис. у 2005 р. до 1145 тис. у 2006 р. Частка Харківської області у санаторно-курортному секторі України – невелика. Так, за показниками 2006 р. на регіон приходить лише 1,86% від загальної кількості клієнтів, які були обслуговані протягом року закладами санаторно-курортного типу. Це відбувається на фоні активізації діяльності санаторно-курортних підприємств в Україні, та підвищення кількісних показників підприємств і галузі в цілому. Ключовим фактором, який характеризує ситуацію, що склалася в регіоні, є низька конкурентоспроможність закладів санаторно-курортного типу та недостатній рівень послуг, який вони надають.

Основними причинами, які стримують розвиток санаторно-курортного туризму та гальмують підвищення конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного типу в Харківському регіоні є:

- значна територіальна диференціація в господарському використанні рекреаційного потенціалу Харківського регіону;
- невідповідність якісних характеристик та організаційно-економічного механізму функціонування рекреаційної інфраструк-

тури міжнародним нормам і стандартам, зокрема низький рівень послуг у переважній більшості санаторіїв регіону, що не відповідає їх вартості;

- низький рівень маркетингових досліджень у сфері санаторно-курортної діяльності та недостатній обсяг інформаційно-рекламного забезпечення некомерційного характеру, передусім на зовнішньому ринку;
- образ Харківщини, як несприятливого для туризму регіону;
- відсутність робіт зі збагачення рекреаційного потенціалу регіону.

З аналізу причин, які гальмують розвиток санаторно-курортного туризму, видно, що з метою підвищення конкурентоспроможності даного сектору в Харківському регіону повинні бути розроблені заходи, які направлені на:

- розвиток інфраструктури санаторно-курортного сектору економіки регіону;
- раціональне та довгострокове використання рекреаційних ресурсів регіону;
- створення сприятливих умов для інвестування та фінансування;
- підвищення якості сервісу надання туристичних послуг;
- збереження, подальше формування та розвиток курортів Харківського регіону як загальнодержавних;
- будівництво нових та реконструкція існуючих курортних рекреаційних закладів з урахуванням потенційної ємності ландшафтів курортів, недопущення нового житлового будівництва та непрофільного використання санаторних і оздоровчих закладів.

Сучасна ринкова ситуація дозволила визначити слабкі та сильні сторони курортів регіону, які складають конкурентоспроможність санаторно-курортної галузі Харківського регіону та України в цілому [3, 5]. Так, сильні сторони, або конкурентні переваги – це доступність лікування для широких верст населення, лікувальна спеціалізація санаторно-курортних закладів, потужний науковий потенціал. Слабкі сторони – це послаблений фактор «історичної унікальності» у брендах деяких курортів Харківського регіону порівняно з іншими регіонами України, відсутність широко відомих регіональних брендів санаторно-курортної галузі, за винятком декількох курортних об'єднань, низький рівень сервісу та диверсифікації послуг, низька прибутковість діяльності внаслідок «спадкової» низької ціни.

Глибина названих слабких сторін свідчить про необхідність системних, науково обґрунтованих підходів до їх вирішення в рамках сучасної концепції санаторно-курортної діяльності.

Зважаючи на це, формування сучасної концепції санаторно-

курортної діяльності повинно будуватися на основі ціннісного та ринкового підходів як діяльності зі створення доданої вартості для задоволення індивідуальних потреб споживачів, оскільки це значно розширює можливості для ефективного стратегічного та оперативного управління підприємствами санаторно-курортного туризму.

Запропонований нами підхід до визначення сутності концепції санаторно-курортної діяльності відкриває можливості для посилення конкурентних переваг санаторно-курортних закладів Харківського регіону та України в цілому шляхом впровадження сучасних механізмів управління.

Однак, проблема підвищення конкурентоздатності курортів у регіоні ще недостатньо розроблена та потребує подальшого вивчення, а для її вирішення:

1) необхідне формування сучасної концепції санаторно-курортної діяльності;

2) потребують перегляду існуючі підходи до трактування в управлінні санаторно-курортною діяльністю таких функцій та понять, як організація, планування, мотивація, контроль, ціноутворення, якість послуг, ефективність функціонування, економічна безпека та інше.

Активне й раціональне застосування стандартів, у першу чергу, міжнародних, дозволяє забезпечити необхідну якість послуг, організувати налагоджений та безперервний технологічний процес, а також приводити до подолання бар'єрів на зовнішніх ринках, розширенню бази виробничого співробітництва із закордонними партнерами, встановленню більш високого рівня цін на послуги й підвищувати рівень конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку.

Вивчення туристично-рекреаційного потенціалу, аналіз діяльності підприємств, які надають туристичні послуги в Харківському регіоні, дають підстави вважати, що територія Харківщини є досить привабливим регіоном для розвитку туристичної галузі. Хоча існує думка, що даний регіон не є конкурентоспроможним у цій галузі і не спроможний змагатися з Кримом або Карпатами, але він має досить багаті рекреаційні ресурси та великий потенціал щодо розвитку різних видів туризму, у тому числі санаторно-курортного.

Отже, створення конкурентоспроможного регіонального санаторно-курортного продукту потребує розробки стратегії розвитку з урахуванням конкурентних переваг, сучасних форм та методів конкурентної боротьби. Харківський регіон, володіючи важливими конкурентними перевагами (матеріально-технічна база, природне середовище,

платоспроможне населення, доступність послуг), має усі перспективи для створення процвітаючої санаторно-курортної галузі.

У подальших дослідженнях конкурентоспроможність галузі санаторно-курортного туризму бажано розглядати з урахуванням фінансово-економічного розвитку території.

1.Верхоглядова Н. Ретроспективний огляд розвитку теорій конкурентних переваг // Вісник Академії митної служби України. – 2004. – №4. – С.25-30.

2.Гаврилук С.П. Теоретичні аспекти визначення конкурентоспроможності туристичних підприємств // Маркетинг і реклама. – 2001. – №2. – С.34-37.

3.Москаленко В.Ф., Омецинський Б.Ф., Бабаєв К.Д. Курортна галузь та перспективи її розвитку // Український бальнеологічний журнал. – 2001. – №4. – С.5-14.

4.Ополченев И.И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции. – М.: Советский спорт, 2003. – 192 с.

5.Сидоренко І.О. Критерії підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств // Вісник ДІТБ. Вип.6. Сер. “Менеджмент та маркетинг” / Наук. ред. Н.Й.Коніщева. – Донецьк, 2002. – С.144-148.

Отримано 18.04.2008

УДК 658.51 : 711.8

Г.Б.ТИХОНОВА

Харьковская национальная академия городского хозяйства

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА В ТУРИЗМЕ С ПОМОЩЬЮ РЕГРЕССИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Рассматриваются существующие в экономическом анализе методы прогнозирования, исследуются специфические характеристики туристских услуг. Для наиболее точного прогноза спроса в туризме предложен метод, базирующийся на регрессионном анализе.

Развитие туризма, как никакая другая отрасль экономики, стимулирует создание рабочих мест и развитие малого бизнеса. Она распределяет ресурсы между отраслями, оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, сфера услуг, торговля, строительство, производство товаров народного потребления и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики Украины.

Специфика рыночной деятельности предполагает оперативность и гибкое реагирование туристских фирм на обстановку, складывающуюся на рынке.

Индивидуализация потребительского спроса, использование как массового – стандартизированного, так и дифференцированного предложения туристских товаров и услуг, концентрация капитала и технологические процессы в индустрии туризма обуславливают необходи-